



Ranah Research : Journal of Multidisciplinary Research and Development

+62 821-7074-3613

ranahresearch@gmail.com

<https://jurnal.ranahresearch.com/>



Strategi Komunikasi Humas Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan dalam Menyosialisasikan Cara Pencegahan Wabah Penyakit Mulut dan Kuku pada Hewan Berkuku Belah

Pelangi Yunita Ariestantya¹, Wina Puspita Sari², Muria Putriana³, Asep Soegiarto⁴

¹ Universitas Negeri Jakarta, Jakarta, Indonesia, pelangiyunitaariestantya.unj@gmail.com

² Universitas Negeri Jakarta, Jakarta, Indonesia, winapuspitasari@unj.ac.id

³ Universitas Negeri Jakarta, Jakarta, Indonesia, muriaputriana@gmail.com

⁴ Universitas Negeri Jakarta, Jakarta, Indonesia, asep-sugiarto@unj.ac.id

Corresponding Author: pelangiyunitaariestantya.unj@gmail.com

Abstract: Cloven-hoofed animals such as cattle, buffalo, pigs, goats and sheep are susceptible to the highly contagious Foot and Mouth Disease (FMD). The FMD outbreak is closely related to the livestock industry and is managed by Public Relations of the Directorate General of Livestock and Animal Health (Ditjen PKH). The main objective of this research is to find out how the Directorate General of PKH uses public relations to provide information to farmers regarding the FMD outbreak, using a qualitative approach which includes documentation, in-depth interviews and observation as data collection methods which will then be analyzed using descriptive analysis. Meanwhile, to test the validity of the research data, triangulation techniques were used. This research uses Laurie J. Wilson and Joseph D. Odgen's communication strategy planning theory as its basic theory, which states that there are 4 phases of communication strategy, each of which has different components, including: Research, Action Plan, Communication, and Evaluation. The findings of this research show the stages of the communication strategy carried out through the establishment of a program of socialization activities directly and through online media.

Keyword: Strategy Communication, Public Relations, Cloven-hoofed Animals, Breeders.

Abstrak: Hewan berkuku belah seperti sapi, kerbau, babi, kambing, dan domba rentan terhadap Penyakit Mulut dan Kuku (PMK) yang sangat menular. Wabah PMK erat kaitannya dengan industri peternakan dan dikelola oleh Humas Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan (Ditjen PKH). Tujuan utama penelitian ini yaitu mencari tahu bagaimana Ditjen PKH memanfaatkan kehumasan untuk memberikan informasi kepada peternak mengenai wabah PMK, dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang meliputi dokumentasi, wawancara mendalam, dan observasi sebagai metode pengumpulan data yang selanjutnya akan dianalisis dengan analisis deskriptif. Sementara untuk menguji keabsahan data penelitian, digunakan teknik triangulasi. Penelitian ini menggunakan teori perencanaan

strategi komunikasi Laurie J. Wilson dan Joseph D. Odgen sebagai teori dasarnya, yang menyatakan bahwa terdapat 4 fase strategi komunikasi yang masing-masing memiliki komponen berbeda diantaranya: Riset, Rencana Aksi, Komunikasi, dan Evaluasi. Temuan penelitian ini memperlihatkan tahapan strategi komunikasi yang dilakukan dengan melalui pembentukan program kegiatan sosialisasi secara langsung dan melalui media online.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Hubungan Masyarakat, Hewan Berkuku Belah, Peternak.

PENDAHULUAN

Aphthovirus dari famili Picornaviridae merupakan penyebab penyakit mulut dan kuku (PMK), yaitu penyakit menular yang menyerang semua hewan berkuku belah seperti termasuk sapi, kerbau, babi, kambing, dan domba (Adjid, 2020). Kerugian ekonomi yang signifikan dapat diakibatkan dari penyebaran penyakit ini secara cepat serta mampu melintas batas negara. Saat ini, PMK masih menjadi masalah serius di dunia, khususnya di Asia Tenggara. Kegiatan impor menjadi salah satu jalan menyebarnya penyakit ini. Sehingga Wabah PMK ini paling ditakuti di seluruh dunia.

Dengan rentang waktu sekitar satu hingga empat belas hari, hewan terinfeksi penyakit hingga munculnya gejala dikenal sebagai masa inkubasi penyakit. Selain terdapat dalam susu, produk susu, tulang, dan kelenjar, virus ini dapat hidup dalam jangka waktu yang sangat lama di lingkungan (Apriantoro & Al-Kahfi, M. A. M., Ananda, 2023).

Meskipun PMK pertama kali ditemukan tahun 1887, Indonesia sebenarnya telah dinyatakan bebas penyakit ini sejak tahun 1990. Jawa, Bali, Nusa Tenggara Timur, Sumatra, Sulawesi, dan Kalimantan adalah beberapa wilayah di Indonesia yang mengalami perkembangan wabah ini. Sesuai Resolusi OIE No. XI tahun 1990, Indonesia kembali secara efektif dibebaskan dari PMK pada tahun 1990 (Rohma et al., 2022).

Namun jumlah kasus PMK di Indonesia akhir-akhir ini mengalami peningkatan. Produk hewani dan hewan ternak bersifat mobile, sehingga dapat menyebabkan penyebaran wabah ini dengan cepat. Oleh karena itu, PMK merupakan penyakit yang muncul kembali di Indonesia pada hewan. Karena tingginya mobilitas manusia, produk, dan ternak, kasus dapat menyebar dengan sangat cepat. PMK menyebabkan konsekuensi pada berbagai bidang dalam industri peternakan, termasuk kerugian materiil (ekonomi) dan kerugian imateriil. Dampak materiilnya mencakup kerugian ekonomi bagi masyarakat karena penurunan harga jual hewan dan daging, penurunan produktivitas ternak, kurangnya peningkatan berat badan hewan, serta terjadinya kematian dengan tingkat mortalitas yang rendah.

Oleh karena itu, para peternak harus diajarkan tentang langkah-langkah pencegahan PMK pada hewan berkuku belah untuk membantu mengekang berkembangnya wabah PMK di peternakan lokal. Untuk mengatasi dan menghentikan perkembangan wabah penyakit yang ditularkan melalui makanan pada sapi secara efisien, pemerintah tidak dapat bertindak sendirian dan harus meminta bantuan dari seluruh pemangku kepentingan terkait. Sebagai bagian dari sektor peternakan dan kesehatan hewan, Kementerian Pertanian melalui Ditjen PKH bertugas menangani kasus PMK.

Sosialisasi kepada para peternak merupakan garis pertahanan pertama terhadap perkembangan PMK, yang bertujuan untuk menghentikan penyebaran penyakit ini pada hewan. Sosialisasi kepada peternak memiliki kepentingan yang besar karena daging yang dihasilkan oleh hewan berkuku belah seperti sapi merupakan sumber protein utama dalam konsumsi masyarakat. Sejalan dengan itu, pentingnya memahami langkah-langkah pencegahan dan pengendalian penyebaran PMK dalam industri peternakan, khususnya para peternak sebelum daging hewan berkuku belah dikonsumsi oleh masyarakat.

Membuat strategi komunikasi yang berhasil berarti tidak hanya menciptakan pesan-pesan yang mempengaruhi audiens, tetapi juga mencerminkan tujuan, misi, dan target yang terpadu dalam aktivitas sehari-hari organisasi (Sisvianda, 2013). Oleh karena itu, perencanaan strategi komunikasi harus kokoh dan matang, dengan perencanaan menjadi kunci keberhasilan dalam mencapai tujuan proyek. (Satma & Putri, 2019) menyatakan bahwa apapun tujuan, pendekatan, dan kuantitas sasaran komunikasi, unsur-unsur seperti konteks dan keadaan setiap komunikasi harus diperhatikan.

Ditjen PKH berperan dalam meningkatkan kesadaran peternak tentang PMK dan mendorong praktik pencegahan melalui sosialisasi terencana, yang merupakan strategi yang mereka terapkan. Strategi sebagai suatu mode atau model perencanaan yang diciptakan secara eksplisit oleh manajer. Untuk melakukan hal ini, pertama-tama mereka menentukan arah dan tujuan tertentu, setelah itu mereka menciptakan strategi yang terukur dan metodis untuk mencapai tujuan tersebut (Soegiarto, A., Sari, 2021). Salah satu sebutan untuk upaya komunikasi yang terencana adalah strategi komunikasi. Strategi komunikasi secara khusus didefinisikan sebagai aktivitas komunikasi terencana suatu organisasi yang digunakan dalam jangka waktu yang cukup lama untuk mencapai suatu tujuan. Sekelompok individu dengan tingkat pengaruh tertentu terlibat dalam penerapan teknik komunikasi dalam lingkungan yang unik (Atmadi & Widati, 2015).

Dalam situasi ini, Ditjen PKH diharapkan dapat meningkatkan kesadaran peternak tentang PMK dan mendorong penerapan praktik-praktik pencegahan yang tepat guna mengurangi risiko penyebaran penyakit tersebut melalui sosialisasi yang terencana dan terukur untuk mencegah kerugian ekonomi serta kesehatan hewan yang signifikan.

Seperangkat penilaian bersyarat atas tindakan yang harus dilakukan untuk mencapai suatu tujuan disebut strategi. Dalam perumusan strategi komunikasi, tidak hanya diperlukan penetapan tujuan yang jelas, tetapi juga sangat penting untuk mempertimbangkan kondisi dan situasi dari audiens. Oleh karena itu, langkah awal yang esensial adalah memahami audiens atau target yang dituju. Selanjutnya, berdasarkan pemahaman tersebut, komunikator yang sesuai akan dipilih, yang cocok dengan konteks dan situasi yang ada (Diseria & Fadhlani, 2024).

Komunikasi merujuk pada interaksi interpersonal yang terjadi antara individu dengan latar belakang budaya yang berbeda. Dalam hal ini, komunikasi dapat terjadi meskipun orang-orang tersebut memiliki latar belakang budaya yang beragam (Hariyati, 2020).

Selain menyusun pesan yang dapat diterima oleh audiens, strategi komunikasi yang baik juga harus mewakili misi, tujuan, dan sasaran organisasi yang berkaitan dengan operasi sehari-hari. Oleh karena itu, strategi komunikasi memerlukan perencanaan yang kokoh dan terstruktur, di mana perencanaan menjadi kunci keberhasilan dalam mencapai tujuan proyek (Armawan, 2021).

Sosialisasi yang dilakukan oleh Humas Ditjen PKH memerlukan strategi komunikasi untuk memaksimalkan upaya sosialisasi terkait PMK. Arti penting dari pendekatan ini terletak pada kemampuannya untuk memberikan arahan dan bimbingan yang diperlukan dalam jangka waktu yang cukup lama, untuk membantu mencapai hasil yang diinginkan. Dalam penelitian ini, sosialisasi terkait wabah PMK menjadi teknik komunikasi yang dikaji. Strategi komunikasi secara khusus didefinisikan sebagai aktivitas komunikasi terencana suatu organisasi yang digunakan dalam jangka waktu yang cukup lama untuk mencapai suatu tujuan. Peternak yang memproduksi daging, susu, dan telur yang dijual ke masyarakat umum menjadi sasarannya. Meskipun PMK tidak termasuk zoonosis, pencegahan tetap diperlukan untuk menghentikan penyebarannya.

Tujuan sosialisasi adalah memberikan pemahaman dan pengetahuan kepada peternak mengenai Penyakit Mulut dan Kuku serta langkah-langkah pencegahannya. Ini juga bertujuan meningkatkan kesadaran peternak tentang kebersihan dan kesehatan hewan ternak untuk

memastikan produk hewan yang aman dikonsumsi. Tingkat pemahaman peternak tentang wabah Penyakit Mulut dan Kuku (PMK) bisa bervariasi tergantung pada berbagai faktor seperti lokasi geografis, tingkat pendidikan, akses terhadap informasi, dan budaya lokal. Apabila penyampaian informasi tentang penyakit ini dilakukan melalui kampanye sosialisasi, program edukasi, ataupun media massa, sangat diharapkan untuk dapat meningkatkan pemahaman akan keberadaan PMK di masyarakat. Jadi, program sosialisasi diharapkan dapat mengurangi risiko penularan penyakit dan menjaga kualitas produk hewan.

Sesuai uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini yaitu bagaimana strategi Komunikasi Humas Ditjen PKH dalam mengedukasi peternak tentang strategi menghindari wabah PKH dan mengidentifikasi unsur-unsur yang dapat membantu dan menghambat upaya tersebut. Untuk meningkatkan pemahaman tentang perencanaan strategi komunikasi, Laurie J. Wilson & Joseph D. Ogden mengkaji *The Strategic Communications Planning Matrix* yang terdiri dari 10 fase perencanaan strategi komunikasi, seperti riset, perencanaan aksi, komunikasi, dan evaluasi (Rahayu, 2020).

METODE

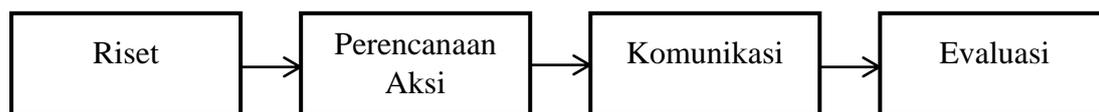
Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif memanfaatkan konteks yang natural, menggambarkan sudut pandang informan secara mendalam, dan menyajikan gambaran yang utuh dan kompleks melalui bahasa untuk mendapatkan pengetahuan yang mendalam tentang fenomena manusia atau masyarakat (Atmaja et al., 2024).

Untuk mengkarakterisasi dan menjelaskan kejadian-kejadian yang terjadi saat ini, baik yang alamiah maupun buatan manusia, penelitian ini menggunakan teknik deskriptif yang lebih fokus pada ciri-ciri, atribut, dan hubungan antara berbagai aktivitas (Hamandia, 2022).

Reduksi data merupakan proses penyusutan informasi dengan mengidentifikasi dan mempertahankan elemen-elemen yang signifikan, mengkonsentrasikan perhatian pada inti dari data tersebut, menemukan pola dan tema yang relevan, serta menghilangkan informasi yang tidak relevan. Reduksi data berupaya untuk mengefektifkan informasi yang dikumpulkan selama pengumpulan data lapangan (Akil, 2022). Teknik analisis data melibatkan pengaturan dan pengklasifikasian data ke dalam pola-pola tertentu, sehingga memungkinkan untuk menghasilkan kesimpulan yang akurat.

Dengan menggunakan pengumpulan data primer dan sekunder, penelitian ini berupaya memahami, mengamati, dan mengambil kesimpulan mengenai taktik komunikasi yang dilakukan Humas Ditjen PKH dalam mensosialisasikan pendekatan pencegahan PMK pada hewan berkuku belah. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data sekunder, sedangkan data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan observasi. Observasi dan dokumentasi dilakukan selama proses sosialisasi oleh Humas Ditjen PKH secara langsung maupun melalui media online. Sedangkan teknik wawancara mendalam dilakukan pada tim Humas Ditjen PKH. Penelitian ini melibatkan 5 narasumber yang tergabung dalam Tim Humas Ditjen PKH.

Penulis berhasil melakukan wawancara dengan Yuliana Susanti sebagai Ketua Tim Kerjasama dan Humas, Reno Sari dan Rini Dwi Ariyanti sebagai Pranata Humas, Asih Eka Setianingsih sebagai Perencana Humas, serta Padjarnain sebagai Tim Humas yang fokus pada media sosial. Wawancara dilakukan pada tanggal 26 April 2024. Data primer yang diperoleh dari wawancara ini kemudian disandingkan dengan data sekunder untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi Humas Ditjen PKH dalam mensosialisasikan upaya pencegahan PMK pada hewan berkuku belah.



Sumber: Hasil Riset

Gambar 1. Alur Strategi Komunikasi Humas Ditjen PKH

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian pelaksana Kementerian Pertanian Republik Indonesia disebut Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan (Ditjen PKH) yang memiliki tanggung jawab dalam peningkatan kesehatan dan produktivitas hewan, peningkatan nilai tambah, penguatan daya saing, dan penjualan produk peternakan.

Sosialisasi kepada masyarakat merupakan tugas Humas Ditjen PKH. Yang berfokus pada pembuatan rencana komunikasi untuk berbagi pengetahuan tentang sosialisasi dan cara menghentikan penyebaran virus PMK pada hewan berkuku belah, seperti domba, kambing, dan sapi.

Setelah menyelesaikan penelitian dan tahap presentasi data, penulis melakukan analisis terhadap strategi komunikasi yang diterapkan oleh Humas Ditjen PKH dalam menyebarkan informasi tentang Wabah PMK kepada para peternak. Data yang akan diolah penulis berasal dari dokumentasi, wawancara mendalam, dan observasi guna memastikan kevalidan data. Onong Uchjana Effendy mengemukakan bahwa strategi komunikasi berfungsi sebagai peta jalan perencanaan dan pengelolaan komunikasi untuk mencapai suatu tujuan. Oleh karena itu, ia menyatakan bahwa untuk mencapai tujuan, strategi komunikasi harus mampu menunjukkan bagaimana operasi taktis dilakukan, dengan kemampuan untuk mengubah arah setiap saat berdasarkan keadaan (Lastri, 2022).

Strategi komunikasi yang diimplementasikan oleh Humas Ditjen PKH bertujuan untuk menyosialisasikan kepada peternak tentang cara pencegahan Wabah PMK pada hewan berkuku belah, melibatkan kegiatan edukasi dan berbagai aktivitas lainnya. Tujuan utamanya adalah agar masyarakat, terutama peternak, menerima informasi secara positif dan bersedia mendengarkan Tim Humas Ditjen PKH dalam upaya mencegah Wabah PMK pada hewan ternak. Penting untuk mendapatkan respon positif dari para peternak dan Humas Ditjen PKH, sangat ditekankan dalam strategi ini.

Kunci keberhasilan Tim Humas terletak pada kemampuannya dalam menggunakan komunikasi yang efektif. Tim Humas Ditjen PKH perlu memahami jenis komunikasi yang sesuai dan strategi untuk menghadapi perubahan sosial dan budaya masyarakat, terutama di kalangan para peternak. Ini akan memungkinkan para peternak yang terlibat dalam sosialisasi tentang Wabah PMK untuk menerima dan menerapkan pesan yang disampaikan oleh Tim Kerja Sama dan Humas, dengan tujuan mencegah penyebaran virus PMK pada Hewan Berkuku Belah.

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Humas Ditjen PKH untuk menyosialisasikan cara pencegahan Wabah PKH dengan memperhatikan aspek-aspek berikut:

1. Riset (*Research*)

Mencakup beberapa tahapan, yaitu:

a. Latar belakang

Para peternak hewan berkuku belah, khususnya hewan ternak Sapi di Indonesia, masih belum sepenuhnya memiliki pemahaman yang memadai mengenai wabah PMK, terutama dalam hal pencegahannya. Kekhawatiran ini dapat mengakibatkan peternak mengambil langkah yang tidak tepat pertama kali. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan yang luas sehingga peternak sering kali mengalami kepanikan yang berlebihan, lalu terjadi kelalaian dalam pelaporan dan penolakan vaksinasi hewan ternak, kurangnya pemahaman tentang sanitasi dan biosekuriti, minimnya

kesadaran akan pentingnya isolasi hewan sakit, rendahnya pemahaman tentang implementasi biosekuriti oleh petugas dinas, ketidakmampuan pelaku usaha dan masyarakat sebagai konsumen daging dalam menangani wabah PMK, serta ketidaktahuan akan pentingnya pemotongan bersyarat dan pengumpulan data sapi setelah vaksinasi.

b. Analisis Situasi

Untuk melaksanakan program sosialisasi yang diatur oleh Ditjen PKH, rencana aksi dan strategi, metode, dan perkiraan biaya hanyalah beberapa topik yang saat ini coba dikumpulkan oleh analisis situasi dari berbagai sudut.

c. Penentuan Masalah

Tahap ini mencakup identifikasi masalah pokok yang akan dihadapi, yaitu bagaimana Humas Ditjen PKH dapat merancang pesan inti yang efektif dalam tema program sosialisasi ini, baik untuk kegiatan tatap muka maupun online, sehingga pesan tersebut dapat diterapkan dan diterima secara optimal oleh para peternak, dengan dukungan penuh dari pemerintah dan masyarakat.

2. Perencanaan Aksi (*Action Planning*)

a. Tujuan dan Maksud

Tujuan dari sosialisasi ini meliputi beberapa hal, antara lain diseminasi Informasi dan Edukasi untuk menyebarkan fakta yang akurat kepada masyarakat tentang PMK serta langkah-langkah pencegahan dan pengendalian yang diperlukan oleh semua pihak terkait. Serta, untuk meluruskan pendapat yang tidak akurat di kalangan peternak. Selain itu, meningkatkan pengetahuan peternak, petugas, dan pelaku usaha mengenai inisiatif pencegahan dan pengendalian PMK sangat penting untuk mengurangi dampak buruk penyakit ini terhadap perekonomian dan kesehatan peternakan serta penularannya pada hewan. Sedangkan maksud sosialisasi ini adalah untuk menurunkan angka kematian hewan ternak akibat wabah PMK sehingga Indonesia dapat terbebas dari wabah ini. Dengan demikian, Humas Ditjen PKH dianggap sebagai para pengambil kebijakan yang peduli terhadap isu-isu krusial di sektor peternakan.

b. Publik Kunci dan Pesan Kunci

Selain menentukan peternak sebagai publik kunci pada program sosialisasi ini, Ditjen PKH juga memiliki target publik lainnya yaitu meliputi individu-individu dalam masyarakat yang berada pada bidang peternakan dan kesehatan hewan, para pelaku usaha, dan petugas sektor peternakan. Ini menunjukkan bahwa peluang terbesar terletak pada individu yang peduli terhadap isu penyebaran virus PMK untuk meningkatkan kesadaran mereka sendiri dan memberikan bantuan kepada peternak yang memerlukannya, terutama jika informasi yang disampaikan belum sepenuhnya dipahami. Materi yang diperuntukkan bagi para peternak, baik yang disebarkan secara langsung maupun melalui media sosial, menjadi pesan utama yang disampaikan di sini. Pesan kunci nya meliputi; penerapan biosekuriti dan sanitasi, menjalankan isolasi pada hewan ternak yang sakit, pemberian pakan berkualitas, pendataan hewan ternak setelah divaksinasi dalam upaya membangun Indonesia bebas dari PMK. Hal ini menunjukkan bahwa agar Ditjen PKH dapat mengatur pesan-pesan yang akan disampaikan kepada peternak dalam program sosialisasi, prosedur penyusunan pesan merupakan komponen yang penting.

c. Strategi dan Taktik

Strategi merupakan suatu rencana yang akan dilaksanakan melalui serangkaian tindakan yang konsisten. Akibatnya, strategi muncul sebagai metode penting untuk mengkomunikasikan informasi penting melalui saluran yang dikenal, yaitu melalui;

- 1) Membentuk Tim Khusus Pengelola Media Sosial Ditjen PKH.

- 2) Melakukan pendekatan secara langsung kepada peternak
- 3) Melaksanakan webinar bagi peternak maupun masyarakat umum

Untuk mendukung setiap strategi yang dipilih, taktik merupakan instrumen komunikasi dan tindakan yang harus digunakan, dengan cara;

- 1) Memilih media sosial sebagai alat publikasi
- 2) Memperbarui tampilan website resmi
- 3) Membuat Buku Saku PMK

d. Kalender

Dalam penelitian ini, istilah "kalender" mengacu pada penjadwalan waktu terkait program sosialisasi yang telah berlangsung sejak awal munculnya Virus PMK di Indonesia hingga saat ini. Mulai dari perencanaan hingga penilaian, setiap langkah program penjangkauan harus diterapkan serta dipertimbangkan oleh seluruh pemangku kepentingan yang terlibat.

e. Anggaran

Anggaran yang akan digunakan untuk program sosialisasi berasal dari APBN yang telah dialokasikan setiap tahun oleh Kementerian Pertanian untuk Ditjen PKH. Untuk menjalankan program sosialisasi ini, diperlukan alokasi dana yang mencakup semua biaya yang diperlukan dalam pelaksanaan sosialisasi, baik secara langsung maupun melalui media sosial.

3. Komunikasi

Saat melakukan penjangkauan yang disesuaikan dengan audiens target, berbagai metode komunikasi sering kali digunakan. Ditjen PKH membaginya dalam komunikasi melalui media dan non media;

- a. Sosial Media Instagram (*@ditjen_pkh*) yang secara rutin update Infografis dan Videografis mengenai cara pencegahan Wabah PMK kurang lebih satu sampai tiga kali dalam seminggu.
- b. Website <https://ditjenpkh.pertanian.go.id/> yang menyediakan berbagai kebutuhan informasi mengenai Wabah PMK berikut dengan berita terkininya.
- c. Facebook Ditjen PKH (DitjenPKHKementanRI)
- d. Twitter Ditjen PKH (*@Ditjen_pkh*)
- e. Sosialisasi secara langsung dengan peternak yang dilakukan secara bertahap oleh Ditjen PKH bersama dengan Direktorat Kesehatan Hewan.
- f. Seminar online yang mempertemukan para ahli, praktisi, akademisi, dan pihak terkait lainnya untuk membahas permasalahan seputar upaya pencegahan dan pengendalian PMK.
- g. Penerbitan buku saku yang dapat digunakan sebagai pedoman rujukan dalam penanggulangan PMK.
- h. Media massa, antara lain surat kabar, radio, dan TV.
- i. Pembuatan dan penyebaran Poster, Leaflet, Brosur, Poster, dan Stiker.
- j. Petugas dan peternak mendapatkan kursus singkat tentang bimbingan teknis yang difokuskan pada pencegahan dan pengendalian PMK.
- k. Advokasi digunakan untuk menggambarkan bagaimana berbagai jenis persuasi digunakan untuk mengubah kebijakan publik guna mengatur perilaku polisi, dunia usaha, masyarakat, dan institusi serta peternak.
- l. Pembuatan Spanduk, Banner, Baliho, dan Billboard.

4. Evaluasi

Menilai pentingnya evaluasi dalam strategi komunikasi dengan tujuan untuk mengenali kelemahan dan meningkatkan probabilitas kesuksesan di masa yang akan datang. Evaluasi efektivitas sosialisasi dapat dilakukan dengan mempertimbangkan aspek komunikasi seperti relevansi pesan, pemahaman informasi, dan efisiensi biaya

implementasi. Evaluasi oleh Humas Ditjen PKH mencakup seluruh tahapan, dari perencanaan hingga pelaksanaan program sosialisasi. Dilakukan secara rutin dalam waktu yang tidak ditentukan, Evaluasi dibagi menjadi tiga, yakni;

- a. Evaluasi kinerja anggota Humas Ditjen PKH mencakup perencanaan sampai dengan pelaksanaan program sosialisasi dari awal hingga akhir. Tujuan evaluasi adalah untuk mengidentifikasi dan memperbaiki hambatan dalam sistem kerja tim Humas untuk masa depan.
- b. Evaluasi proses penyebaran program sosialisasi menggunakan media sosial menjadi bagian penting dalam evaluasi bagi Humas Ditjen PKH. Ragam media sosial dengan segmen pengguna yang berbeda-beda harus dipertimbangkan dalam perencanaan program selanjutnya. Evaluasi dalam publikasi media sosial difokuskan pada penambahan kanal atau platform media untuk menyebarkan program sosialisasi dengan tujuan mencapai khalayak yang lebih luas terkait informasi pencegahan Wabah PMK pada hewan berkuku belah. Ini penting karena website dan media sosial memiliki karakteristik yang berbeda, dimana website cenderung menyajikan informasi secara lebih formal, sementara media sosial menawarkan fitur-fitur yang unik tergantung pada platformnya.
- c. Pelaksanaan program sosialisasi secara langsung. Evaluasi ini melibatkan tahap demi tahap terkait dengan aspek teknis kegiatan, yang mencakup peran Humas dari Direktorat Jenderal PKH sebagai badan pemerintahan yang menyampaikan pesan informasi, serta peternak sebagai penerima pesan informasi yang harus menerimanya dan mempelajarinya lebih lanjut. Evaluasi ini diperlukan untuk memastikan kesiapan semua pihak yang terlibat menghadapi masa depan. Hal ini karena wabah PMK, meskipun sebelumnya sudah dikira telah berakhir, ternyata kembali muncul dan menjadi urgensi besar bagi banyak masyarakat, terutama peternak. Ini menunjukkan perlunya kesiapsiagaan terhadap situasi yang mungkin sebelumnya dianggap tidak akan terjadi namun ternyata terjadi.

Selain hasil pembahasan yang mengimplementasikan 4 Tahapan Strategi Komunikasi milik Laurie J. Wilson & Joseph D. Ogden, terdapat pula faktor penghambat dan faktor pendukung pada Strategi Komunikasi Humas Ditjen PKH dalam menyosialisasikan Cara Pencegahan Wabah PMK pada Hewan Berkuku belah, yang akan dibahas di bawah ini;

1. Faktor Penghambat

Dalam melaksanakan program sosialisasinya, Humas Ditjen PKH juga memiliki faktor penghambat. Salah satu tantangan dalam pelaksanaan program sosialisasi ini adalah kurangnya pemahaman peternak terhadap penggunaan media sosial sebagai platform yang Humas Ditjen PKH gunakan dalam menyebarkan konten Informasi mengenai Cara Pencegahan Wabah PMK. Meskipun telah menggunakan berbagai strategi sosialisasi, Ditjen PKH menyadari bahwa tidak semua peternak menggunakan media sosial. Meski demikian, mereka tetap melanjutkan strategi ini untuk memberikan informasi kepada peternak dan masyarakat umum yang tertarik untuk mengetahui perkembangan wabah PMK.

Sebab keberadaan media sosial merupakan agen sosialisasi yang penting. Untuk mencapai tujuan sosialisasi yang diharapkan dan memungkinkan partisipasi dalam dinamika masyarakat, media sosial saat ini memiliki kekuatan besar untuk membentuk sudut pandang, perilaku, dan pola kognitif (Ramadhanti & Setyanto, 2018).

2. Faktor Pendukung

Humas Ditjen PKH dapat menjalankan program sosialisasi karena banyaknya faktor pendukung agar proses perencanaan hingga pelaksanaan sosialisasi ini berjalan dengan semestinya walaupun tidak selalu sempurna. Salah satu faktor pendukung Strategi Komunikasi Humas Ditjen PKH dalam menyosialisasikan cara pencegahan Wabah PMK

pada hewan berkuku belah adalah kesadaran akan pentingnya kolaborasi lintas sektor. Ditjen PKH mungkin telah menjalin kemitraan dengan berbagai pihak, seperti organisasi peternakan, lembaga pendidikan, atau pemerintah daerah, untuk meningkatkan jangkauan pesan-pesan pencegahan tersebut. Selain itu, pemahaman mendalam tentang kebutuhan dan karakteristik audiens mereka juga bisa menjadi faktor pendukung, memungkinkan mereka untuk menyusun pesan-pesan yang relevan dan mudah dimengerti oleh peternak. Kemampuan untuk menyediakan sumber daya dan dukungan teknis bagi peternak dalam menerapkan langkah-langkah pencegahan juga dapat memperkuat strategi komunikasi mereka.

KESIMPULAN

Berdasarkan temuan yang telah dijabarkan, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa strategi komunikasi memiliki peranan penting bagi Humas Ditjen PKH. Hal ini karena strategi memberikan pedoman dan rencana yang diperlukan dalam menyampaikan informasi kepada para peternak, yang pada akhirnya akan memengaruhi implementasi cara pencegahan PMK oleh peternak pada hewan ternaknya dalam aktivitas sehari-hari baik melalui sosialisasi secara langsung maupun sosialisasi melalui media online.

Artinya Humas Ditjen PKH telah berhasil menerapkan strategi komunikasi dalam menjalankan program sosialisasi, sejalan dengan teori perencanaan strategi komunikasi Wilson dan Ogden, yang memperhitungkan langkah-langkah yang terlibat dalam perencanaan strategi komunikasi dengan menggunakan pendekatan analitis yaitu riset, perencanaan aksi, komunikasi, dan evaluasi.

REFERENSI

- Adjid, R. M. A. (2020). *Penyakit Mulut dan Kuku: Penyakit Hewan Eksotik yang Harus Diwaspadai Masuknya ke Indonesia*.
- Akil, R. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Industri Penerbitan Buku Lokal Di Era Digital (Analisis Stp: Segmentasi, Target Dan Positioning). *Komunika: Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Apriantoro, M. S., & Al-Kahfi, M. A. M., Ananda, W. F. (2023). Penyuluhan dan Sosialisasi Fatwa MUI No. 32 Tahun 2022 Tentang Pelaksanaan Ibadah Kurban Saat Kondisi Wabah Penyakit Mulut Dan Kuku. *Journal of Research on Community Engagement(JRCE)*.
- Armawan, I. (2021). Strategi Komunikasi Pembangunan Masyarakat. *Journal of Communication and Broadcasting*.
- Atmadi, G., & Widati, S. R. W. (2015). Strategi pemilihan media komunikasi LPPOM MUI dalam sosialisasi & promosi produk halal di Indonesia. *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Pranata Sosa*, 2(2), 87–97.
- Atmaja, M. S., Yuliasari, I., & Ayuna, N. A. (2024). Strategi Komunikasi Organisasi dan Muhammadiyah dalam Penanganan Pandemi Covid-19 Varian Omicron. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Diseria, R., & Fadhlana, S. (2024). Strategi Komunikasi DISKOMINSA Kabupaten Simeulue dalam Melaksanakan Sosialisasi Persandian dan Keamanan Siber. *Comserva: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*.
- Hamandia, M. R. (2022). Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan RRI Palembang. *Jurnal Komunikasi Islam*.
- Hariyati, F. (2020). Strategi Akomodasi Komunikasi Mahasiswa Asing dalam Interaksi Antarbudaya (Studi pada Mahasiswa Thailand Selatan di UHAMKA). *Komunika : Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Lastri. (2022). *Strategi Komunikasi Satgas Covid-19 Desa Penyandingan Dalam*

- Menerapkan Protokol Kesehatan*. Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
- Rahayu, R. P. C. (2020). *Strategi Komunikasi Pemuda Organisasi Kerjasama Islam Indonesia Dalam Meningkatkan Kualitas Pemuda Muslim Melalui Program Kepemimpinan*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Ramadhanti, L., & Setyanto, Y. (2018). *Pemanfaatan Instagram dalam Sosialisasi Gerakan Selamatkan Pejalan Kaki (Studi pada Komunitas Koalisi Pejalan Kaki)*. ResearchGate.
- Rohma, M. R., Zamzami, A., Utami, H. P., Karsyam, H. A., & Widyaningrum, D., C. (2022). Kasus penyakit mulut dan kuku di Indonesia: epidemiologi, diagnosis penyakit, angka kejadian, dampak penyakit, dan pengendalian. *The 3rd National Conference of Applied Animal Science*.
- Satma, N., & Putri, N. E. (2019). Strategi Komunikasi Kpu Kota Padang Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Pada Pemilu Kada Tahun 2018. *Jurnal Ranah Research*.
- Sisvianda, D. K. (2013). Strategi Komunikasi Pendamping Pnpm-Mpd Dalam Upaya Pemberian Pemahaman Program Kepada Masyarakat. *Jurnal Penelitian Strategi Komunikasi*.
- Soegiarto, A., Sari, W. P. (2021). Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Daerah Dalam Mengimplementasikan Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). *Jurnal Ilmu Komunikasi, Universitas Negeri Jakarta*.